



Comunicato stampa

15 settembre 2023

## **“MINI BIG LOVE FOR THE PLANET - A BETTER FUTURE”: MINI INSIEME AI SUOI PARTNER RACCONTA L’IMPEGNO PER LA SALVAGUARDIA DELLA TERRA**

**La MINI Big Love Square di Exit Gastronomia Urbana ha fatto da palcoscenico al secondo appuntamento con la community MINI, puntando l’attenzione sulla tutela del pianeta e sulle azioni concrete portate avanti nel campo della sostenibilità.**

**San Donato Milanese.** Proseguono gli appuntamenti “Big Love” di MINI: lo scorso 14 settembre, la Big Love Square di Exit Gastronomia Urbana ha ospitato il talk “Big Love for the Planet - A better Future” dove MINI ha invitato alcuni partner sul palco per raccontare i progetti sviluppati insieme per la tutela dell’ambiente.

Piazza Erculea, che ospita Exit Gastronomia Urbana, lo speciale chiosco legato a MINI dalla stessa visione contemporanea e moderna, innovativa e inclusiva, è stata il punto di incontro per parlare di strategie e azioni concrete nell’ambito della sostenibilità. La piazza, grazie alla sua natura di luogo di scambio, di conoscenza e di socialità, è il posto ideale per dare spazio ad argomenti di rilievo per la comunità. MINI, con il suo carattere dinamico e aggregativo, capace di connettere diversi mondi, si rende promotrice di momenti di scambio e di conversazione, come in questa occasione, che ha visto protagonista la tematica ambientale.

BIG LOVE FOR THE PLANET è per MINI il manifesto per il futuro e il suo desiderio di un mondo più pulito e sostenibile già nel presente.

Dall’approvvigionamento al prodotto finale, MINI è impegnata nel percorso per ridurre la CO<sub>2</sub> nei processi produttivi e diventare un brand totalmente elettrico entro il 2030.

“Pochi giorni fa allo IAA di Monaco abbiamo presentato la Nuova MINI Family, - ha spiegato Federica Manzoni, Head of MINI Italia - che arriverà nell’arco del prossimo anno e vedrà l’introduzione di tre prodotti Full Electric: la Nuova MINI Cooper 3 porte e la Nuova MINI Countryman che verranno seguiti poi da MINI Aceman, di cui ad oggi abbiamo svelato solo il Concept.

La domanda elevata dei nostri veicoli a zero emissioni locali conferma la nostra transizione verso un futuro completamente elettrico e dimostra la propensione della comunità MINI di tutto il mondo verso la mobilità elettrica.”

La sostenibilità fa parte del DNA di MINI, il designer, Sir Alec Issigonis, ha coraggiosamente reinventato il concetto di auto per superare la sfida di una crisi petrolifera globale. Oggi, la stessa passione spinge MINI ad andare avanti per affrontare le sfide di una nuova generazione di prodotti che prosegue il percorso verso un futuro completamente elettrico, attraverso una serie di azioni e ambizioni di sostenibilità.

# **MINI CORPORATE COMMUNICATIONS**



“Big Love for the Planet è l’ispirazione a fare del nostro meglio per creare un futuro migliore per tutti noi e anche per il pianeta – prosegue Federica Manzoni - E l’amore di MINI per la salvaguardia del Pianeta è accompagnato da partner che condividono l’attenzione al tema della sostenibilità, come Plastic Free e People of Shibuya. Vogliamo tradurre in gesti concreti l’attenzione all’ambiente e questo parte dalla nostra catena produttiva ed arriva alle attività che svolgiamo sul territorio, trasferendo i nostri valori in un impegno concreto, lavorando al fianco dei concessionari, volontari e la community di MINI Lovers per fare la differenza.”

Nel talk sono stati coinvolti, in qualità di partner di MINI: Luca De Gaetano, Presidente di Plastic Free Onlus, e Angelo Loffredo - Direttore Commerciale e Art Director Stile People of Shibuya.

## **Plastic Free: il progetto Cleanup Competition**

Plastic Free è una onlus che nasce nel 2019 da un’idea di Luca De Gaetano, fondatore e presidente, dopo aver toccato con mano la problematica dell’eccessivo consumo di plastica nelle nostre vite, a seguito di una mareggiata lungo le coste adriatiche. Oggi conta 1.100 referenti e oltre 260mila volontari attivi in progetti concreti: pulizie ambientali con oltre 3,5 milioni di chili di plastica e rifiuti rimossi dall’ambiente, sensibilizzazione cittadini e studenti, salvataggio tartarughe, contrasto al volo dei palloncini e all’abbandono di mozziconi di sigarette. Plastic Free sostiene e accompagna, inoltre, Comuni e imprese a interpretare la transizione ecologica dicendo stop all’uso eccessivo di plastica.

Ripulire l’ambiente dalla plastica e dai rifiuti dispersi sono valori che accomunano MINI e Plastic Free. Le due realtà hanno organizzato in collaborazione due appuntamenti della Cleanup Competition: una mobilitazione di massa per sensibilizzare cittadini, istituzioni e imprese sul grave problema dell’inquinamento legato all’abbandono di rifiuti nell’ambiente. “Abbiamo deciso di unirci quest’anno alla Onlus – dichiara Federica Manzoni, Head of MINI Italia - e di sensibilizzare tutta la community MINI, attraverso i nostri ambasciatori del brand, ovvero i collaboratori del BMW Group Italia, la nostra rete di partner sul territorio e i Federclub MINI, per coinvolgere il maggior numero di persone a partecipare a queste iniziative di volontariato”

## **Dalla partnership con People of Shibuya nasce KAISHI, un capo per tutte le stagioni**

People of Shibuya è un marchio di moda che si è affermato nel 2014 con l’obiettivo di soddisfare le esigenze di coloro che vivono un ritmo di vita frenetico, caratterizzato da viaggi frequenti e cambiamenti continui di luogo e clima. La missione è creare abbigliamento che sia al passo con questo stile di vita dinamico cercando costantemente soluzioni per ridurre il forte impatto che il settore moda ha sull’ambiente. È per questo motivo che il brand utilizza materiali di alta qualità resistenti all’usura, creando capi senza tempo per ridurre lo spreco e promuovendone la corretta cura per massimizzare la durata. “Collaboriamo con questo brand ormai da tre anni, – dichiara Federica Manzoni, Head of MINI Italia - abbiamo realizzato insieme numerosi progetti. Ma diciamo che l’unione dei due brand, sebbene provenienti da mondi distanti, è nata non solo dalla predisposizione di MINI alla contaminazione in altri settori, ma soprattutto dalla condivisione della passione comune per l’ambiente urbano e i viaggi.”

Entrambi i marchi mettono l’accento sul design estetico e funzionale, cercando

# **MINI** **CORPORATE COMMUNICATIONS**



di fondere la forma e la funzione in modo armonioso.

Da questa collaborazione è nato il capospalla KAISHI, ispirato all'iconico design di MINI: un capo progettato per essere adattabile a tutte e quattro le stagioni, enfatizzando la versatilità e la praticità.

Per ulteriori informazioni:

**Cristiana Raffaella Lattuada**

PR & Communication Coordinator MINI

E-mail: [cristiana.lattuada@bmw.it](mailto:cristiana.lattuada@bmw.it)

Tel: +39-02-51610-710

Media website: <http://www.press.bmwgroup.com> e <http://bmw.lulop.com>

## **Il BMW Group**

Con i suoi quattro marchi **BMW**, **MINI**, **Rolls-Royce** e **BMW Motorrad**, il **BMW Group** è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group comprende oltre 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio nel mondo ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2022, il BMW Group ha venduto oltre 2,4 milioni di automobili e oltre 202.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2022 è stato di 23,5 miliardi di euro con ricavi per 142,6 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2022, il BMW Group contava un organico di 149.475 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>